



*GUÍA DE COMUNICACIÓN
PARA REDES SOCIALES*

COVID-19

MOMENTOS DIFÍCILES

En estos momentos de crisis mundial es de suma importancia establecer un plan de contingencia en tu estrategia de marketing, y más que nunca digital, donde hemos visto un incremento de un 30% en movimiento. Todos están buscando en estos medios informarse, comprar o simplemente distraerse de la realidad que nos obliga a quedarnos en casa. ¡No te quedes fuera y potencia tu comunicación! Nosotros te guiamos con algunos simples pasos...



**RODRIGO
JELDRES P.**

Jefe de Producción
Redactor / Periodista
Master en Comunicación Estratégica

ENTREMOS EN CONTEXTO...

¿Cómo se encuentra la mayoría de chilenos en medio de la cuarentena?

Desorden

Todos en la casa

Noticias día a día

Poca capacidad de planificación

Pocos comparativos internacionales / poca referencia histórica

***¿DÓNDE BUSCAMOS
RESPUESTAS?***



Europa y Norteamérica (países occidentales) recibieron el virus en pleno invierno.

Hemisferio sur recibe el virus finalizando el verano.

China comenzó en pleno invierno.

Chile recibió el virus finalizando el verano.

No hay respuestas internacionales.

¡Tenemos que encontrarla nosotros!

¿QUÉ RESPUESTA ENCONTRAMOS EN LAS AUDIENCIAS?

Cambio en el mix de medios

Aumento del consumo de TV (cable y aire)

Aumento del consumo de videos por internet

Inclinación a resolver necesidades emergentes (viajes, despachos, atención, etc.)

Necesidad de teletrabajo y tele respuestas

Aumento de la compra online

¿QUÉ CANALES UTILIZAR?





¿CÓMO UTILIZARLOS?

TIPOS DE MENSAJES EN REDES SOCIALES



MARKETINGONLINE.CI

SAC

Servicio al cliente. El objetivo es atender las necesidades del cliente en general (a través de las publicaciones) y en particular (a través del community management)

INFORMATIVO

El objetivo es comunicar al cliente noticias relacionadas a nuestra empresa / servicios. Horarios y canales de atención, cierre / apertura de sucursales

BUENOS DESEOS / ESPERANZA

El objetivo es, a través de mensajes que hagan sentido con la marca, entregar buenos deseos a nuestra comunidad.

PROMOCIONES

En caso de existir, el objetivo es darlas a conocer a la comunidad. Tanto a clientes como no clientes.

BRANDING

El objetivo es transmitir los valores de la marca. Se recomienda asociarlos a la contingencia.

AGRADECIMIENTOS AL STAFF / RSE

El objetivo es agradecer a los colaboradores “el esfuerzo que hacen porque sigamos funcionando” y comunicar, en caso de existir, las facilidades que se les ha dado al equipo de trabajo.

**RSE: Responsabilidad Social y
Empresarial**

EDUCATIVO / AUTOCUIDADO

El objetivo es entregar consejos de autocuidado. Acá pueden ser generales, como también asociados al negocio. Es importante estar conectado con la contingencia

“A NO DEJAR DE COMBATIR CONTRA EL VIRUS”

El objetivo es concientizar a la comunidad que “la guerra no se ha ganado”.

ESPERANZA / VUELTA A REALIDAD

El objetivo es ser un canal esperanzador, donde junto al cliente se llegará a la “libertad”, la vuelta a la normalidad.

CELEBRACIÓN

Cuando se vuelva a la normalidad, hay que “celebrarlo”.

“VUELTA A LA NORMALIDAD”

El objetivo es comenzar a publicar el retorno a las operaciones óptimas



ETAPAS DE LA CRISIS

Etapa 1 / Brote

Esta etapa es la que vivimos en marzo. El virus entra al país, empiezan los contagios y las pérdidas de vidas. Se toman las primeras decisiones de control de movimiento.

Etapa 2 / Crítica

Esta etapa comienza cuando se determinan la cuarentena. Aumentan los casos de contagios y de pérdidas de vidas.

Etapa 3 / Descendente

Esta etapa comienza cuando se empiezan a determinar las primeras libertades de desplazamiento. La curva de contagios y de fallecimientos comienza su curva descendente.

Etapa 4 / Final

Esta etapa es la más corta de todas, porque comienza cuando se terminan las libertades de desplazamiento y termina cuando se determine volver a la comunicación habitual / con fines comerciales

¿QUÉ HACER EN CADA ETAPA?

	ETAPA 1 / BROTE	ETAPA 2 / CRÍTICA	ETAPA 3 / DESCENDENTE	ETAPA 4 / FINAL
SAC	X	X	X	X
INFORMATIVO	X	X	X	X
PROMOCIONES		X	X	X
BRANDING	X	X	X	X
BUENOS DESEOS / ESPERANZA		X	X	X
EDUCATIVO / AUTOCUIDADO	X	X		
AGRADECIMIENTOS AL STAFF		X	X	X
ESPERANZA / FUTURA VUELTA REALIDAD		X	X	
NO DEJAR DE COMBATIR			X	X
CELEBRACIÓN				X
VUELTA A LA NORMALIDAD				X

RECOMENDACIONES DE HASHTAGS EN CRISIS COVID-19

Evitar los negativos, relativos a la enfermedad:
#Covid #Coronavirus #Pandemia

Ser más positivo:
***#EstemosJuntos #Cuidemonos #Cuidate #TeAcompaño #EstoyParaTi
#Quedateencasa***

Si tienes dudas o quieres más información, ¡escríbeme!

rodrigo@marketingonline.cl

¡Un choque de codos desinfectado!



***¡SALDREMOS DE ESTA
JUNTOS!***